

SALES MAGAZINE

営業を科学し、生産性を向上させる、営業マネージャー向けホワイトペーパー

セールスマネージャー
Remix

No. 29
v29.1.0

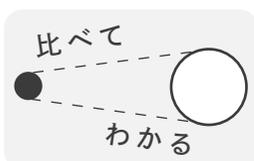
成果を最大化する営業/マーケ連携の理想像

営業とマーケの間にある 溝とは？

～営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査～



What is the gap between sales and marketing?



営業担当の約3割、マーケ担当の約4割が「部門間の連携」に課題
“成果を阻害する課題”が調査で明らかに

営業とマーケの間にある溝とは？

What is the gap between sales and marketing?

～営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査～



はじめに

近年、ビジネス環境は急速な変化を遂げており、従来の営業手法やマーケティング戦略の見直しが求められています。また、デジタル技術の進化により、顧客とのコミュニケーション方法は多様化し、購買行動も大きく変化しつつあります。このような環境下において、営業部門/マーケティング部門の効果的な連携は、かつてないほど重要性を増していると言えるでしょう。

今号では、CRM/SFA「eセールスマネージャー」のベンダーであるソフトブレイン株式会社が2024年10月に実施した「営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査」を元に、各部門が抱える課題や不満を明らかにし、部門間連携の強化に必要な取り組みを解説していきます。



調査概要 → 03

調査結果 営業部門/マーケティング部門の連携 → 04

調査結果 それぞれの部門が抱える課題 → 05

調査結果 課題の要因 → 07

調査結果 成果を出すための取り組み → 09

解説 営業・マーケティング部門連携の実態と解決への示唆 → 10

調査概要



調査実施者：ソフトブレイン株式会社

調査概要：営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査

調査方法：IDEATECHが提供する「リサピー®」の企画によるアンケート調査

調査期間：2024年10月4日～同年10月6日

有効回答：営業担当者159名、マーケティング担当者139名

年齢：25歳～65歳 | 居住地域：全国 | 職業属性：会社員（事務）

業種属性：一次産業はのぞく | 男女比率：指定なし

※構成費は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が必ずしも100とはなりません。

● 監修の紹介

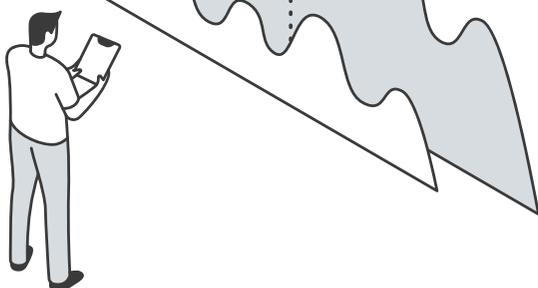
ソフトブレイン株式会社

eセールスマネージャーRemixチーム

5,500社超、185業種以上の多様な事例に基づくノウハウ

これまでソフトブレインが営業課題解決をサポートさせていただいたお客様は大手企業から中小企業まで規模や業界・業態を問わず、5,500社超。幅広いお客様からご支持をいただき、豊富な導入実績を誇ります。多くの成功事例・失敗事例に基づく確かな営業課題解決ソリューションを提供致します。

 **SOFTBRAIN** Co.,Ltd.

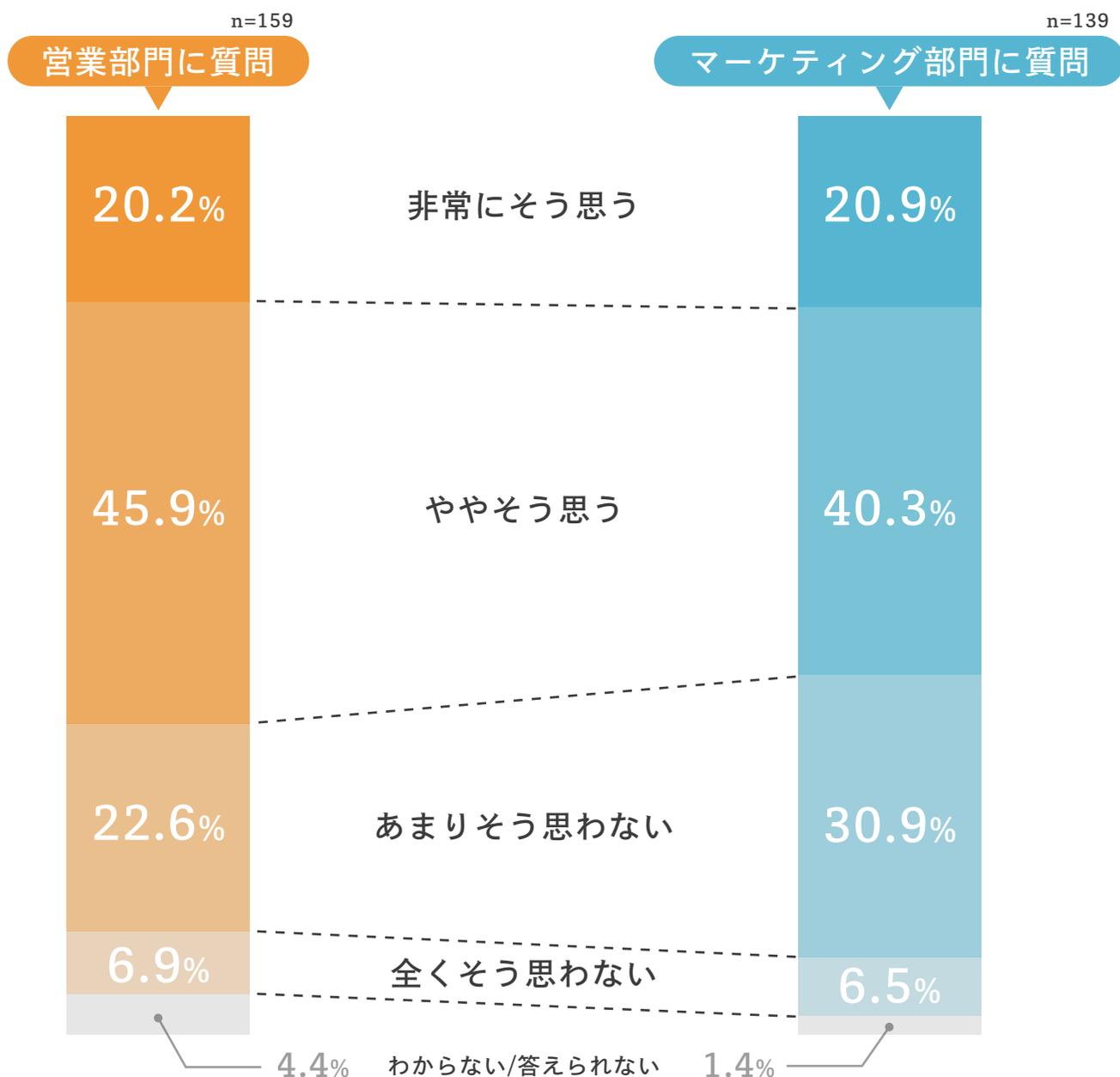


調査結果

営業部門/マーケティング部門の連携



Q1 現在の営業プロセスの中で、営業部門/マーケティング部門とのコミュニケーションや情報連携について、満足にできていると思いますか。



POINT!



営業部門/マーケティング部門の部門間連携について、営業担当者の29.5%、マーケティング担当者の37.4%が課題を抱えており、改善の余地が大きいことが明らかになりました。

調査結果

それぞれの部門が抱える課題



Q2 現在の営業プロセスの中で、マーケティング部門から提供されるリードについて、どのような課題がありますか。（複数回答）



営業部門に質問

n=159

POINT!



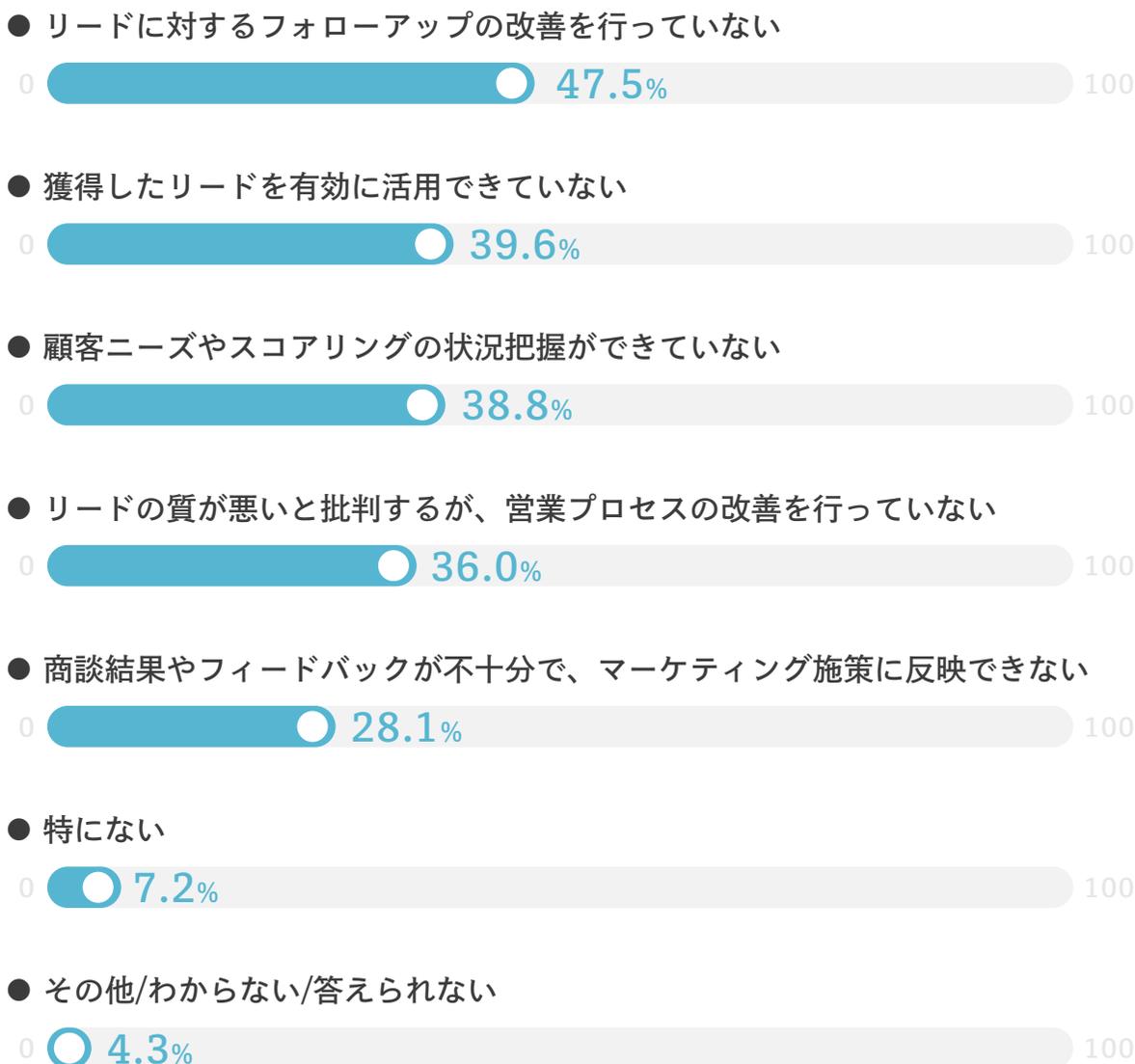
営業担当者からは、「リードに関する十分な情報が提供されない」（42.1%）や「要求した品質と量のリードが供給されない」（37.1%）などの声が聞かれ、効果的なリード活用が課題となっています。

調査結果

それぞれの部門が抱える課題



Q3 現在の営業プロセスの中で、
営業部門に対してどのような課題がありますか。 (複数回答)



マーケティング部門に質問

n=139

POINT!



営業部門に対する具体的な課題として、マーケティング担当者の約半数が、「リードに対するフォローアップの改善を行っていない」を挙げました。

調査結果

課題の要因



Q4 Q2で「特にない」「わからない/答えられない」以外を回答した方に追加質問
現在の営業プロセスの中で、**マーケティング部門に対して**
課題を抱える**要因**は何だと思えますか。（複数回答）



営業部門に質問

n=129

POINT!



営業担当者に対し、マーケティング部門への課題の要因を尋ねたところ、「部門間のコミュニケーションが少ないから」（47.3%）や「SFAやCRMツールなどの連携・運用ができていないから」（31.8%）が上位になりました。

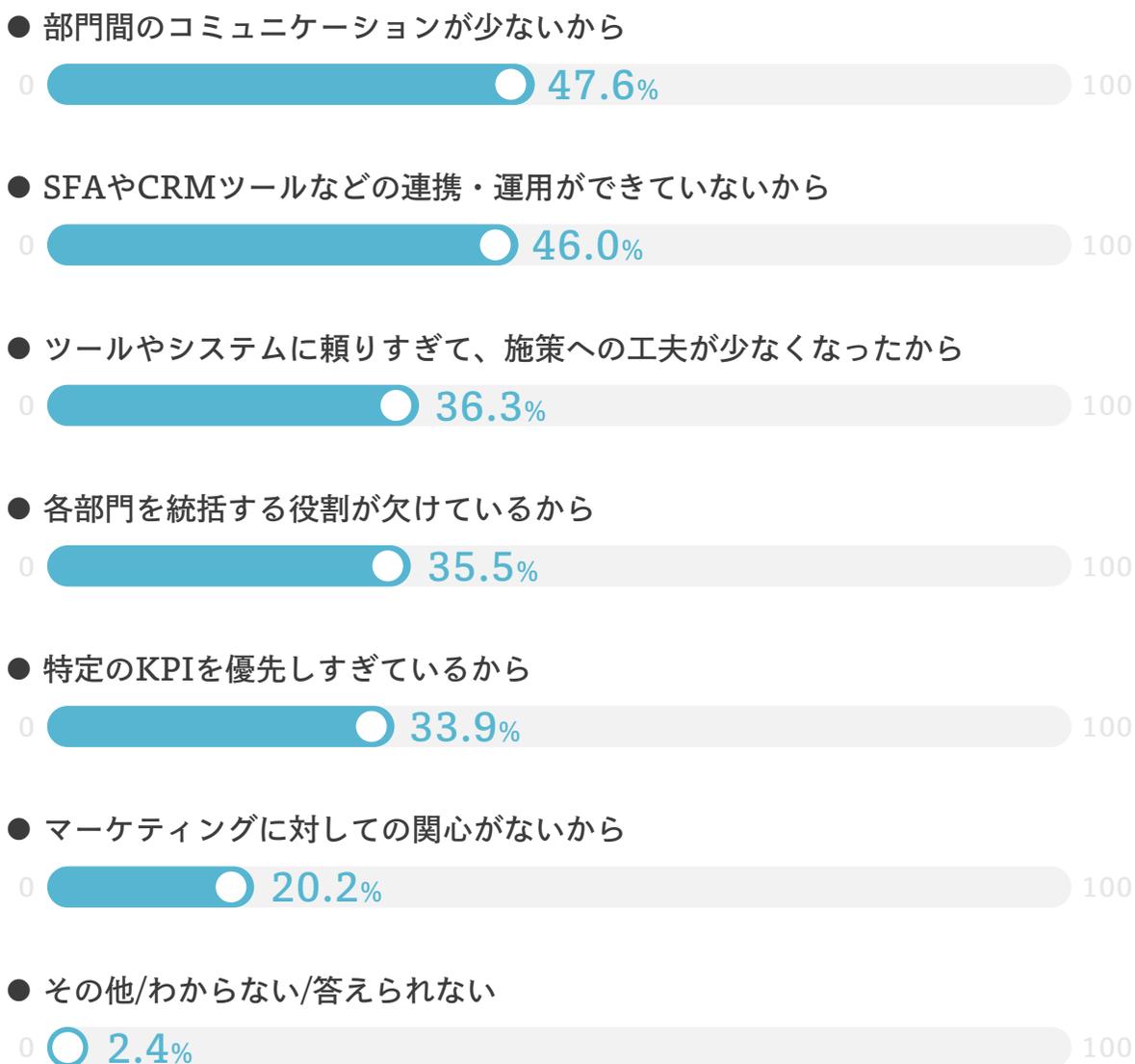
調査結果

課題の要因



Q5 Q3で「特にない」「わからない/答えられない」以外を回答した方に追加質問

現在の営業プロセスの中で、
営業部門に対して課題を抱える要因は何だと思いますか。（複数回答）



マーケティング部門に質問

n=124

POINT!



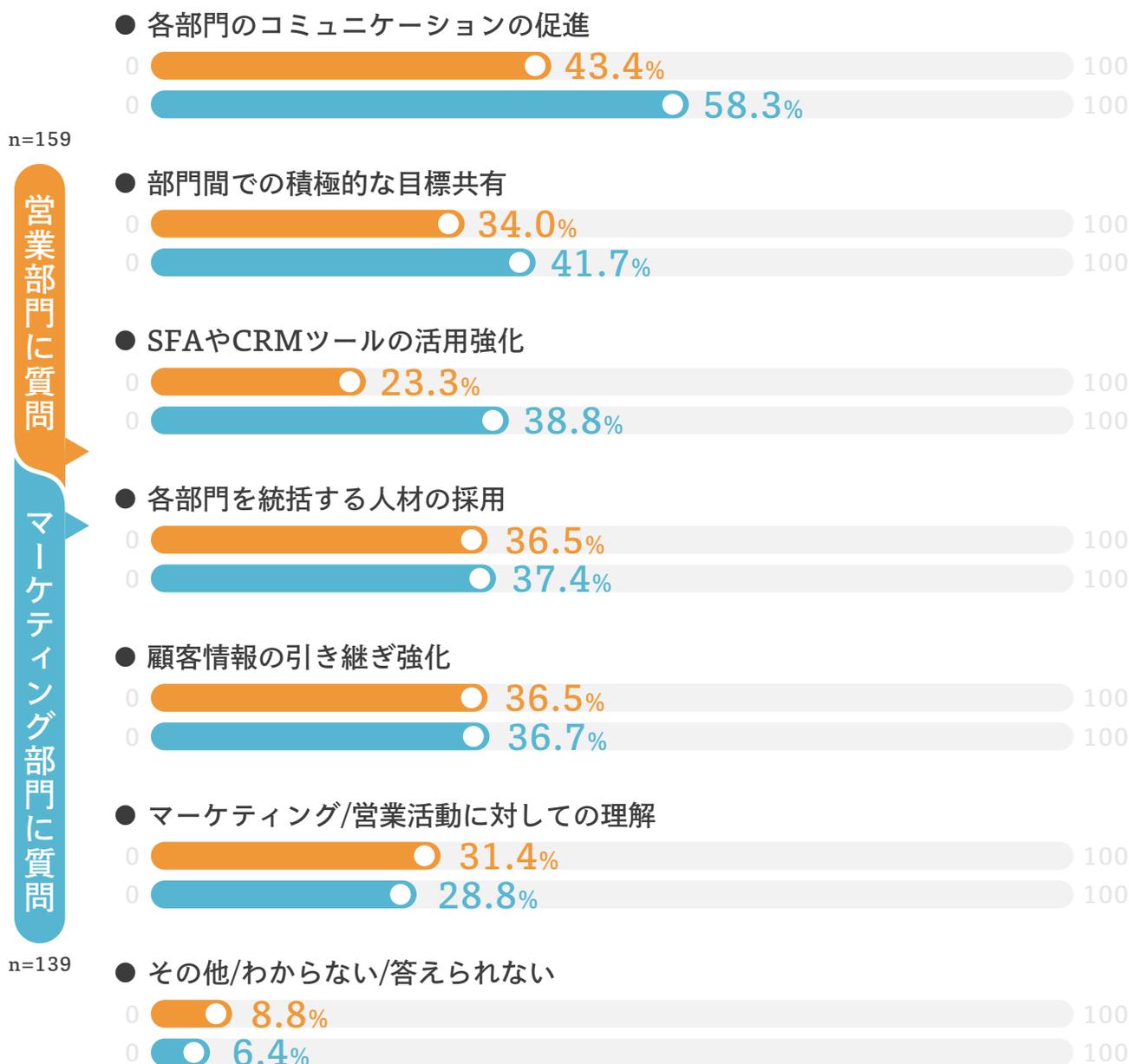
営業部門に対する課題の要因に関して、マーケティング担当者の約半数が、「部門間のコミュニケーションが少ないから」「SFAやCRMツールなどの連携・運用ができていないから」と回答しました。

調査結果

成果を出すための取り組み



Q6 現在の営業プロセスの中で成果を出す上で、
どのような取り組みが必要だと思いますか。(複数回答)



POINT!



成果を出すために必要な取り組みについては、営業部門/マーケティング部門ともに、「各部門のコミュニケーションの促進」が最多となりました。コミュニケーション促進による部門間連携の強化が求められています。

営業・マーケティング部門連携の 実態と解決への示唆



見えてきた
〈連携の溝〉
相互の課題が示す
構造的な課題

1

調査結果を詳しく分析すると、両部門間には「期待と現実のギャップ」が存在することが分かります。

営業部門からの課題

営業部門は、マーケティング部門から提供されるリードに対して、商談を進めるのに必要な情報が足りていないと感じていることが明らかになりました。顧客の興味・関心、検討状況、課題などの情報がないため、どうアプローチすればよいのかわからない。さらに、自分たちが求めている水準のリードの量も確保されていない、というのが実態です。

マーケティング部門からの課題

一方、マーケティング部門は、せっかく見込み顧客を発掘しても、その後の状況がわからないことに課題を感じています。提供したリードがどう活用され、どんな結果になったのか。その情報が戻ってこないため、自分たちの活動を改善することができない実態が明らかになりました。



課題解決の
障壁になっているもの

2

調査結果を詳しく見ていくと、なぜこのような状況が続いているのか、その理由も見えてきます。

① システム面の課題

まず大きな障壁となっているのが、システム面の課題です。両部門とも「SFAやCRMツールなどの連携・運用ができていない」ことを指摘しています。営業部門の31.8%、マーケティング部門の約半数が同じ課題を感じているのです。一般的なシステム連携の課題として考えられるのは、MA（マーケティングオートメーション）とセールスフォースオートメーション（SFA）が連携できていない、データの二重入力が発生している、必要な情報が必要な時に取り出せない、といった状況です。

② 運用面の課題

もう一つの大きな壁が、運用面の課題です。両部門とも約47%が「部門間のコミュニケーションが少ない」と回答しています。こうした数字からは、情報共有の

*

営業・マーケティング部門連携の実態と解決への示唆



* 機会が限られている実態が浮かび上がってきます。また、部門間のコミュニケーション不足は、システムの活用にも影響を与えている可能性があります。このように、システムと運用、両面での課題が、部門間連携の改善を妨げている実態が今回の調査から見えてきました。



3

解決に向けたアプローチ
〈3つのポイント〉

調査結果から見えてきた課題を解決するには、どのようなアプローチが効果的なのでしょうか。

ポイント1. MAとSFAの確実な連携

現在、両部門が抱える不満の根底には、システムが分断されていることによる情報の分断があります。マーケティングが獲得したリードの詳細情報が営業に届かず、営業の商談状況がマーケティングに返ってこない。この状況を解消するには、MAとSFAをしっかりと連携させ、顧客情報を一元管理できる仕組みが不可欠です。

ポイント2. 現場の負担を減らす工夫

約3割から5割の部門担当者が「システムの連携・運用ができていない」と回答している現状を考えると、いかにシンプルに情報を入力・共有できるかが重要です。必要な情報を簡単に入力でき、その情報がリアルタイムで共有される。そんな使いやすさが、仕組みを定着させるカギとなります。

ポイント3. 部門間の対話の仕組み化

約47%が「部門間のコミュニケーションが少ない」と感じている現状を改善するには、単にツールを入れるだけでは不十分です。定期的な情報共有の場を設定し、お互いの課題や成果を共有する。そして、その際に必要な情報が、システムから簡単に取り出せる環境を整える。この両輪があって初めて、実のある対話が生まれるのです。

SFAツールなら **eセールスマネージャー**

ソフトブレインの『eセールスマネージャー』は、以下の特長で、これらの課題解決をサポートします。



1. 情報を一元管理する統合プラットフォーム

esm marketing (MA) とeセールスマネージャーRemix (SFA/CRM) の連携により、マーケティングから営業まで、シームレスな情報連携を実現します。Web上での顧客行動から商談履歴、そしてアフターフォローまで、すべての顧客接点情報を一つのプラットフォームで管理できます。

2. 現場に寄り添う使いやすさ

「シングルインプット・マルチアウトプット」という設計思想のもと、現場の負担を最小限に抑えています。一度の入力で必要なすべての情報が自動的に更新され、スマートフォンでの簡単入力や音声入力にも対応。さらに、業務プロセスに合わせた柔軟な画面設計により、必要な情報だけをシンプルに入力できる環境を実現します。

3. 部門間の対話を促進する機能と支援体制

リアルタイムで更新されるダッシュボードにより、いつでも必要な情報を簡単に確認できます。さらに気になるデータはドリルダウンで詳細まで確認可能。定例会議やレビューの場で、より実りある対話を実現できます。



導入実績
5,500
社以上

利用継続率
95%
以上

すべての顧客接点業務を変革へ導くソリューションを「IT」と「サービス」の両面で提供

CRM製品群

「シンプルに・どこでも・確実に」
顧客接点情報をインプット

MA マーケティング 

SFA セールス 

SERVICE アフターサービス  セールスマネージャー
Remix サービスエディション

AI 業務自動化支援 

BI 統合データ分析  セールスマネージャー
Remix Analytics

連携基盤 クラウドサービス連携 

プロフェッショナルサービス

ツールをとことんフィットさせ
活用度合いを劇的に向上

導入支援サポート/活用サポート

- ✓ 設定作業支援
- ✓ 短期立ち上げ支援
- ✓ サポートデスク
- ✓ アドバイザーサービス
- ✓ 活用支援サイト
- ✓ Web集合研修

営業コンサルティング/教育支援

- ✓ マネジメント強化
- ✓ 営業スキル強化
- ✓ 営業スキルの見える化
- ✓ 営業DXリスク診断
- ✓ 営業DXサクセスプラン
- ✓ 営業DXセミナー

導入実績
5,500
社以上

導入実績
185
業種

SaaS
利用継続率
95%
以上

サポートサービス
顧客満足度
93.8%

SALES MAGAZINE No.29

2024年12月 発行 (v29.1.0)

ソフトブレイン株式会社

〒104-0061 東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル 11階

設立：1992年6月17日

事業内容：顧客接点業務全般のクラウドアプリケーション/プラットフォームの開発・提供

MAIL：request@softbrain.co.jp

WEB：https://www.e-sales.jp

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

© SOFTBRAIN Co.,Ltd.